

“El mapa de la comunicació l’any

Mario Lubetkin,

periodista italouruguaià, director general de l’agència Inter Press Service (IPS) i coordinador de la plataforma multimèdia sobre medi ambient i desenvolupament, Tierramérica, participà a les Jornades “Mitjans de Comunicació i el Sud” que se celebraren a Palma el passat mes d’octubre. Lubetkin analitzà la situació de crisi que viuen les empreses de la informació i la comunicació, i plantejà els reptes que tenen al davant. Després, repassà la trajectòria de l’agència independent IPS, que té com a lema “periodisme i comunicació per al canvi global”.



© Gabriel Lacomba

1- Quina és la seva impressió sobre el model comunicativo-informatiu que regeix avui en dia?

Aquests últims anys hem assistit a la concentració, a escala mundial, dels grups més poderosos en l’àmbit de la informació i de la comunicació. Són aquests gegants els que han anat decidint l’agenda informativa internacional i que han imposat un estil d’informació que emfatitza els esdeveniments com a successos aïllats i no com a fets immersos en els processos globals responsables del nou ordre mundial.

En aquests moments, això no obstant, ens trobem davant un escenari molt dinàmic, en el qual les innovacions tecnològiques i l’aparició d’actors novells, com la Xina, l’Índia o el Brasil, tenen un paper destacat; tot i que també influeixen la crisi econòmica i energètica (que afecta molt durament el sector de la comunicació), o la caiguda de la seva credibilitat pública, especialment pel que fa a la gran premsa nord-americana.

Així doncs, els grups mediàtics hauran d’adaptar-se a aquest canvi d’època i al nou escenari que es planteja, el qual, presento, serà substancialment diferent a l’actual.

2- Per què els mitjans de comunicació solen desatendre alguns temes que afecten centenars de milions de persones, com la pobresa, la fam, la vulneració dels drets humans, el deteriorament mediambiental o la discriminació de gènere?

Preferiria plantejar-ho d’aquesta manera: quan de temps podran seguir exclouent els mitjans aquesta informació? Crec que no n’hi haurà cap que pugui sobreviure en un futur proper si continua ignorant aquestes qüestions.

I sinó, fixem-nos en l’actual situació política i econòmica. En la decisió que el G-8, constituït per les vuit potències mundials, sigui reemplaçat de manera permanent pel G-20 (grup que inclou països com la Xina, l’Índia, el Brasil, entre d’altres), i que sigui al seu si on es prenguin el nucli de les decisions sobre l’economia mundial. Això repercutirà en el terreny de la comunicació, i l’interès per saber què succeeix als països del Sud anirà *in crescendo*. Cosa que, de fet, ja passa: el rol dels països emergents, la crisi alimentària o el canvi climàtic són temes que ja tenen el seu espai en l’agenda informativa pública, quelcom que era impensable fins fa alguns anys.

D’altra banda, s’observa que un nombre cada vegada més elevat de persones acudeix a mitjans d’informació alternatius, on cerca el que no troba als mitjans convencionals, o consulta diverses fonts amb l’objectiu de contrastar les notícies i obtenir una major confiabilitat.

Tot plegat, ens indueix a tenir l’esperança que una altra informació és possible.

3- Vostè planteja que la comunicació al Sud té dos desafiaments, a què es refereix exactament?

En primer lloc, crec que existeix un desafiament en el terreny de la comunicació més que en el de la informació. Al meu entendre, s’ha de concebre la informació, no com la presentació d’un fet puntual, sinó acompanyada de la seva conjuntura. Així, hauríem d’aprofundir en la notícia, situar-la en el seu context, exposar els possibles efectes als quals donarà lloc, aportar valoracions de diferents actors... Tot amb el propòsit de despertar i desenvolupar la consciència crítica del receptor.

2012 serà essencialment distint”

“ Cobrim temes que els grans mitjans de premsa desatenen, com l’alleujament de la pobresa, els drets humans, els assumptes de gènere, de desenvolupament o de medi ambient ”

Considero que s’haurien d’adequar els plans d’estudi de la Universitat per formar comunicadors capaços de simplificar les qüestions més complexes dels esdeveniments i facilitar-ne la comprensió; i, a la vegada, capaços d’aclarir la interrelació que existeix entre els fenòmens globals i la realitat quotidiana dels ciutadans.

A la nostra agència, preferim treballar amb professionals locals abans que amb corresponents internacionals, perquè ens semblen més eficaços a l’hora d’elaborar continguts informatius ajustats a les realitats socials de les seves comunitats. Cada any capacitem més de 200 periodistes d’Àsia, Àfrica i l’Amèrica Llatina.

Respecte al segon desafiament, em refereixo a la dispersió que sol acompanyar la informació sobre els temes de desenvolupament. Per lluitar contra aquesta tendència, proposem establir sinergies amb els diversos actors del desenvolupament: societat civil, agències especialitzades, institucions, administracions, etc.; així com aliances amb altres mitjans de comunicació. D’aquesta manera, es podria crear un sistema d’intercanvi de continguts informativocomunicatius sobre temes de desenvolupament, que ampliaria la capacitat comunicativa dels mitjans amb pocs recursos i alteraria el flux torrencial comunicatiu Nord-Sud per establir una circulació més equilibrada en ambdós sentits.

4- Ens pot parlar de la trajectòria de l’agència IPS?

El 1964, un grup de periodistes i professionals de la comunicació es constituïren en associació sense afany de lucre per donar veu als qui no en tenien i amb l’aspiració de crear un nou ordre informatiu.

Avui en dia, el nostre camp d’acció continua situat especialment als països del Sud, tot i que hem adquirit un pes específic i tractem d’influir entre els qui prenen les decisions i elaboren polítiques, a escala regional, nacional o internacional.

Treballem amb més de 400 periodistes de 150 països i publiquem una selecció de notícies en 27 idiomes. Els productes comunicatius que elaborem es troben disponibles en el servei diari <www.ips.net>, a les bases de dades electròniques i en butlletins dedicats a temes específics, com ara pobresa i Objectius de Desenvolupament del Mil·lenni, societat civil, desenvolupament sostenible, drets humans, qüestions de gènere. També realitzem butlletins especials amb motiu de la celebració de cimera, com per exemple les del Fòrum Social Mundial o de les agències de les Nacions Unides.

Aquests últims anys, incloem cada vegada més informació multimèdia. Hem establert aliances amb Al Jazeera, Telesur, The Real News, amb l’Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), amb la Southern African Broadcasting Association (SABA), amb la red OneWorld i amb diverses organitzacions de la societat civil (Civicus, Oxfam Novib, InterAction, Fòrum Social Mundial, etc.), que són vertaderes multiplicadores dels nostres productes comunicatius.

5- Com es manté una iniciativa com IPS?

A més dels ingressos generats per les vendes de les notícies i les operacions de telecomunicacions, IPS rep suport financer d’una gran varietat de donants: governs, institucions nacionals i internacionals, agències de les Nacions Unides, fundacions, organitzacions de la societat civil, subscriptors particulars, etc., procedents tant dels països del Nord com del Sud.

Com que no rebem el suport d’un donant majoritari, sinó de molts de petits, podem mantenir la nostra independència, que és un dels pilars que sustenta el nostre projecte.



Principals àrees de treball de l’IPS

Proveïdor de notícies i continguts: produeix històries i anàlisis que expliquen com esdeveniments i processos globals afecten individus i comunitats, especialment els marginats i els sense veu.

Capacitador: prepara periodistes, en mitjans locals i en organitzacions de la societat civil, per comunicar millor i més eficaçment sobre els temes relatius al Sud.

Disseminació i connexió de xarxes: construeix un vincle entre la societat civil, institucions internacionals, actors polítics, donants i lectors, per promoure un diàleg sobre la comunicació i el desenvolupament tot cercant un món millor.